

RSA - PYMES

Empresa evaluada

AS TUCAS OUTDOOR, S.L.

CIF:B22403711

C/Coli Escalona 43 Local

22600 - Sabiñánigo

Huesca

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

As Tucas Outdoor S.L.

02 - Dirección - CP - Población

Calle Coli Escalona 43, Local

22600 Sabiñánigo

03 - Sector. Actividad

Textil. Confección de ropa y material de montaña.

04 - Año comienzo actividad.

2013

05 - Número de personas empleadas

1

06 - Persona contacto

Marco Antonio Sánchez Navarro

07 - E-mail contacto

marco@astucas.com

08.- Página web

www.astucas.com

GENERAL

Tendencias Globales

1.- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:

- Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)
- Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)
- Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)
- Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)

- Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

1.1 Información adicional

Las condiciones políticas y económicas del entorno en que la empresa desarrolla su actividad influyen notablemente en la misma. Un entorno estable y fuerte favorece el desarrollo empresarial. El acceso a la financiación, las condiciones para establecer alianzas entre empresas, el acceso a subvenciones, etc. es más sencillo. Unas condiciones de inestabilidad política y/o crisis económica generan dificultades en todos estos aspectos. La influencia de la empresa en estas áreas pasa por el desarrollo de su actividad de una forma no solo legal, sino ética.

Menos evidente es el impacto de las condiciones medioambientales, tecnológicas y sociales. Sin embargo, la falta de recursos naturales ya es un problema real. Las dificultades para el acceso a la tecnología de última generación provocan pérdida de competitividad. Las brechas sociales, incluso en países desarrollados, continúan siendo una realidad. Es precisamente en estos campos donde la empresa puede, y debe, desarrollar un papel activo: defender el medio ambiente y hacer un uso responsable de los recursos disponibles, aprovechar la tecnología en todos los procesos de la empresa y fomentar una sociedad justa y equitativa para todos.

2.- ¿Cree que las PYMES o pequeñas organizaciones pueden enfrentarse de forma individual a temas como los anteriores?

Si

2.1. Información adicional

En España las microempresas (empresas con menos de 10 trabajadores) constituyen en torno al 95% del tejido empresarial. Por tanto, es un error considerar que únicamente está al alcance de las medianas y grandes empresas enfrentarse a este tipo de retos. Las PYME, y microempresas en particular, tienen la responsabilidad de crear impactos positivos en la sociedad.

Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales

3.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?

Se plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

3.1. Información adicional

-

4.- ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión en proyectos sociales y medioambientales?

Se destina una cantidad, en su caso, en función de los planes que se pongan en marcha.

4.1. Información adicional

Actualmente no existe un presupuesto asignado para estos fines. Sin embargo, sí que colaboramos en proyectos de carácter social y/o medioambiental alineados con nuestra cultura de empresa. Esta colaboración, por lo general, es en forma de patrocinio con nuestros productos.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

5.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.

Conocemos los grupos de interés con los que interactuamos en la actividad de la organización

5.1. Información adicional

Se identifican empleados, clientes, proveedores, entidades bancarias, empresas logísticas, entidades colaboradoras (p.e. clubs de montaña) y colaboradores individuales (p.e. probadores de producto)

6.- ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?

Conocemos las necesidades y expectativas de los grupos de interés de manera informal.

6.1. Información adicional

En general, esta información se recoge de manera informal basándose en la observación, conversaciones y experiencia de trabajo con cada grupo.

En el caso concreto de los clientes sí que existe un mecanismo formal basado en encuestas de satisfacción, que los clientes tienen la oportunidad de responder tras realizar una compra. En estas encuestas se valoran aspectos como el proceso de compra, la información existente del producto y la satisfacción con el mismo.

Gobierno de la organización

7.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la organización y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la organización?

Se comenta verbalmente la forma de trabajar en la organización al iniciar la relación laboral

7.1. Información adicional

Las labores de gestión de procesos y personal recaen en una única persona (que a su vez es el propietario) por lo que no se ha considerado necesario recoger explícitamente en un documento las normas de actuación.

8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?

Sí, se forma/informa a todas las personas de la organización del propósito, visión y valores

de la organización

8.1. Información adicional

Cada vez que se incorpora un trabajador se le informa de todos estos aspectos. Periódicamente se remarcan aspectos clave y se informa de los nuevos objetivos a cumplir, así como de los objetivos ya logrados. Sin embargo, no existe una planificación ni un plan formal para el desarrollo de estas comunicaciones.

Plan de Responsabilidad Social

9.- Respecto a la Responsabilidad Social ¿En qué situación se encuentra su organización en este momento?

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social.

9.1. Información adicional

Consideramos que toda empresa debe aportar un valor más allá del económico a su entorno. Desde el bienestar de sus trabajadores hasta su impacto en el medio ambiente, son aspectos clave para garantizar la sostenibilidad y competitividad en el medio/largo plazo.

10.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social o acciones concretas, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento?

Se plantean indicadores si bien no se establecen objetivos

10.1. Información adicional

-

CLIENTES

Satisfacción de cliente

11.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

11.1. Información adicional

Los clientes, unas semanas después realizar un pedido, son invitados a rellenar un cuestionario. En este se evalúa la satisfacción con el producto adquirido y la experiencia de compra.

12.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los procesos de la organización?

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y su implantación

12.1. Información adicional

Los mecanismos utilizados para identificar mejoras son en el servicio al cliente son:

- * Cuestionarios de satisfacción rellenos por los compradores.
- * Sugerencias y comentarios realizados a través del servicio de atención al cliente (correo electrónico, teléfono y redes sociales)
- * Entrevistas (informales) con colaboradores y clientes.
- * Análisis de patrones de comportamiento a través de analítica web.

Innovación en los productos y servicios

13.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?

Se investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

13.1. Información adicional

La innovación en nuestros productos se centra en su diseño, en los materiales utilizados y en los procesos de producción. Por un lado realizamos un seguimiento de las tendencias y novedades del mercado (introducidas por proveedores y empresas de la competencia). Esta labor se completa con un continuo proceso de desarrollo en el que se realizan iteraciones de los productos existentes y los nuevos diseños. Las novedades se planifican en periodos semestrales y anuales, dependiendo de la complejidad de los diseños y del periodo de prueba requerido.

Calidad de los productos y servicios

14.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un producto o servicio responsable

14.1. Información adicional

-

15.- ¿Cuáles son las características del servicio post venta de su organización?

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la organización informa a sus clientes de posibles defectos o errores en el producto o su comercialización

15.1. Información adicional

La empresa ofrece una garantía de 3 años en todos sus productos, superior a la mínima garantía exigida de 3 años. Esto ofrece un valor añadido a los productos basado en la calidad de los materiales y los procesos de fabricación. Durante este periodo, se ofrece un servicio de sustitución en caso de defectos de materiales y/o fabricación.

Adicionalmente, existe un periodo de prueba de 90 días durante el cual el cliente puede devolver un producto si no satisface sus expectativas.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

16.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información detallada de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio

16.1. Información adicional

Toda la información se encuentra disponible en las páginas de producto de la tienda online. Adicionalmente, para determinados parámetros de los productos (dimensiones y pesos, por ejemplo) se indican las tolerancias de fabricación, ya que estos son valores importantes para nuestros clientes.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

17.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?

Sí, se evalúa la satisfacción con metodología y de forma periódica

17.1. Información adicional

Periódicamente se "toma el pulso" de la satisfacción de los empleados. Se charla con los empleados para conocer su opinión, grado de satisfacción, posibles mejoras, etc. Estas charlas tienen un carácter informal, ya que no se plantean como evaluaciones o entrevistas.

Anualmente se rellena un cuestionario de valoración en el que además se recogen sugerencias de mejora.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

18.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura)?

Se realizan acciones formales de sensibilización y formación dirigidas al departamento de personas, y se dispone de herramientas específicas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación (protocolos de selección de personal, protocolos de promoción interna, política retributiva, ?) que se comunican a todos los trabajadores.

18.1. Información adicional.

Se realizan acciones aunque no tienen un protocolo establecido.

Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral

19.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?

Se desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

19.1. En el caso de existir actuaciones específicas en materia de conciliación personal, familiar y laboral especificarlas.

La jornada laboral de cada empleado se estudia y acuerda para permitir un máximo de conciliación laboral y familiar. Se tienen en cuenta horarios de guardería / colegio así como de otras posibles necesidades para hacerlos compatibles con la jornada laboral.

Asimismo, los periodos vacacionales se pactan de mutuo acuerdo, atendiendo a los intereses de la empresa (planificación de producción) y del empleado (compatibilidad con periodo vacacional de la pareja, por ejemplo)

Formación y desarrollo profesional

20.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas?

Existe un canal formal por el que se recogen las necesidades de formación de las personas empleadas y se analizan las propuestas

20.1. Información adicional.

Además de preguntar las necesidades / deseos de formación, se comunican las acciones formativas que la empresa cree interesantes y/o necesarias. Estas acciones pueden ser cursos, asistencia a charlas, talleres, etc.

Durante el último año se ha participado en varios cursos presenciales del programa de Formación Avanzada de Aragón Empresa, cursos de formación online de CREA y sesiones formativas de la Cámara de Comercio y otras entidades.

21.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?

Además de realizar acciones formativas para mejorar las competencias técnicas, se realiza formación en competencias personales y formación orientada a la promoción y desarrollo profesional y personal de las personas empleadas

21.1. Información adicional.

-

Seguridad y Salud

22.- ¿Tiene implantados en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?

Existe una evaluación de riesgos en la que han participado de manera activa las personas empleadas y se realizan acciones de concienciación y adquisición de competencias

22.1. Información adicional.

-

PROVEEDORES

Compras responsables

23.- ¿Se han definido criterios de compra responsable para los productos, bienes y servicios?

Existen unas indicaciones de compra de índole general para considerar los aspectos ambientales y sociales en la selección de los productos, bienes y servicios.

23.1. Información adicional.

Se tiene en cuenta que los proveedores y/o los materiales dispongan de las certificaciones pertinentes en el sector (p.e. OEKO-TEX y bluesign)

Clasificación y evaluación de proveedores

24.- ¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales y ambientales?

Existen unos criterios para la clasificación y evaluación de proveedores, en algunos casos, se han considerado aspectos ambientales o sociales como por ejemplo, favorecer la compra local.

24.1. Información adicional.

-

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

25.- En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla la actividad su organización, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?

Se colabora en proyectos afines a la cultura de la organización sin planificación específica

25.1. Información adicional.

Se colabora en el desarrollo de actividades orientadas a la conservación y promoción del entorno natural, de tipo deportivo y de la cultura local.

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

26.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su organización?

Se planifican y desarrollan proyectos y/o colaboraciones que están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

Como ya se ha indicado, la participación en estas acciones y su planificación es todavía informal. Asimismo, no se asigna un presupuesto económico a las mismas, si bien se colabora en ocasiones con material fabricado por la empresa (por ejemplo, camisetas).

Transparencia con el entorno social de la organización

27.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?

Se comunican a las personas empleadas de manera puntual y no sistematizada

27.1. Información adicional

La comunicación de estas actividades se realiza en conversación informal con los empleados, animándoles a participar. Sin embargo, no existe un plan de comunicación formal.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

28.- ¿En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan

28.1. Información adicional

Las actividades que se desarrollan en materia social se comunican a través de redes sociales (Facebook, Twitter, etc.)

AMBIENTAL

Impacto ambiental

29.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?

Se tiene en cuenta el impacto ambiental ocasionado por la actividad de la organización y se ha llevado a cabo alguna iniciativa de forma puntual e informal.

29.1. Información adicional.

La actividad directa de la empresa tiene un impacto ambiental bajo, ya que no se generan cantidades significativas de emisiones y/o residuos, ni de consumos energéticos. Sin embargo, existe un plan para minimizar ambos.

En el caso de los residuos, que son materias primas sin utilizar, existe un proceso continuo de revisión de los procesos de fabricación para maximizar el uso de los materiales. Además, se separan y reciclan plástico y papel.

En el caso del consumo energético, el suministro eléctrico se ha contratado con una compañía que ofrece 100% energía renovable. Del mismo modo, se ponen en práctica medidas de ahorro energético (aprovechamiento de luz solar, reducción del uso del aire acondicionado...). En el primer semestre de 2021 se redujo el consumo eléctrico en un 31% con respecto a 2020.

Todas estas acciones, sin embargo, se aplican de manera "informal", no estando recogidas en un plan escrito.

Compromiso frente al cambio climático

30.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?

Existe un compromiso público junto con un plan de acciones que se comunica interna y

externamente.

30.1. Información adicional.

Existe un fuerte compromiso con crear un negocio sostenible y respetuoso con el medio ambiente. Esto se traduce, entre otras acciones, en una selección de proveedores con un compromiso similar, que ofrecen materiales y procesos de fabricación igualmente respetuosos. Algunos ejemplos:

- * Suministro eléctrico: procedente exclusivamente de energías renovables.
- * Operador logístico: participación en un programa para compensar la huella de carbono de los envíos de paquetería.
- * Tejidos de origen natural: procedentes de proveedores certificados por el Global Organic Textile Standard (GOTS), que garantiza buenas prácticas desde el cultivo de los materiales hasta su proceso de tejido y tinte.

Estas acciones se comunican públicamente en el sitio web, indicando en las páginas de producto el uso de materiales respetuosos con el medio ambiente.

Economía circular

31.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?

Existe alguna iniciativa puntual en uso de productos reciclados, reutilización de materiales y reciclaje de los residuos generados.

31.1. Información adicional

-

Comunicación ambiental

32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los empleados y a otros grupos de interés?

Se comunican, pero no de manera sistemática u organizada

32.1. Información adicional

Las acciones se comunican al personal de la empresa en las reuniones de trabajo que desarrollan. Además, se realiza una comunicación externa utilizando principalmente redes sociales. No existe, por tanto, una comunicación específica orientada a grupos de interés en particular.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

33.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)

- 1 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo

- 2 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 3 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 4 - Capacitar a las personas de la empresa
- 5 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 6 - Disponer de presupuesto
- 7 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 8 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 9 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 10 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes

Valoración Global

34.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

7

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Alineamiento de las acciones realizadas con los valores de la empresa.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Mejorar la comunicación externa de las acciones llevadas a cabo.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 pero no ha establecido ningún compromiso con la consecución de los ODS.

En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?

Si

Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?

- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.